

УДК 316.34

Я. В. ЗОСЬКА, О. М. ІВАЦЬ

## ЛЮДИНА-СПОЖИВАЧ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

*У статті розглянуто специфіку соціальних практик споживання в українському суспільстві, яке перебуває в умовах трансформації під впливом ідеології суспільства споживання й одночасно тотального впровадження інформаційних і комунікаційних технологій.*

*З використанням вторинного аналізу статистичних даних та результатів соціологічних досліджень охарактеризовано потреби, на задоволення яких спрямоване інтернет-споживання; відзначено особливості практик споживання інформації, знань та інформаційних технологій в умовах формування інформаційного суспільства в Україні.*

**Ключові слова:** інформація, інформаційні технології, інформаційно-споживче суспільство, знання, інтернет-споживання, освіта.

Багато вчених описує й аналізує сучасне українське суспільство як постіндустріальне, постмодерне, масове, мережеве. Під впливом культурної глобалізації в Україні відбувається також поширення як ідеології споживчого, так і інформаційного суспільства. Тому практики споживання все частіше привертають увагу науковців.

Проблематиці споживання присвячені праці багатьох вчених (А. Бард, З. Бауман, Ж. Бодрійяр, Т. Веблен, Дж. Де Грааф, Дж. Гелбрейт, Г. Маркузе, Дж. Рітцер, Д. Слейтер, А. Тоффлер, М. Фезерстоун, Е. Фромм). Проблема тика інформаційного суспільства теж не є новою (М. Кастельс, Е. Тоффлер, Д. Белл).

Українська соціологічна думка охоплює численні аспекти. Особливості впливу й споживання медіа та соціальної комунікації також перебувають у фокусі уваги українських учених (С. Барматова, Е. Горошко, Г. Почепцов, А. Холод, І. Чудовская, В. Щербина та ін). Однак на тлі численних праць, присвячених різним аспектам споживання, очевидною стає потреба окреслення специфіки соціальних практик споживання в умовах тотального впровадження інформаційних і комунікаційних технологій.

**Мета статті** – визначити особливості соціальних практик людини-споживача в умовах взаємного впливу суспільства споживання та інформаційного суспільства.

“Суспільство споживання” доповнює поняттєві характеристики сучасного українського суспільства в аспекті цілеспрямованого й концентрованого зосередження на споживчому фетишизмі, соціальному консьюмеризмі.

У сучасних умовах для консьюмеризму (активне індивідуальне споживання) характерне таке:

- зростання значущості речей (*вони не менш значущі, ніж люди*);
- піднесення важливості процесу постійної зміни речей (*бажання постійно купувати новий одяг і часто змінювати його*);
- масове споживання матеріальних благ (*особисті витрати на товари та послуги в усьому світі за останні 40 років зросли більше ніж у 4 рази*);
- закріплення символічних різновидів споживання (*фактично споживають знаки у вигляді речей*);
- формування системи цінностей та установок, що полягає в споживацькому ставленні до речей, людей, соціуму (*щастя залежить від рівня споживання; цінністю виступає все, що приносить задоволення*);
- розширення спектра об'єктів споживання (*тіло людини, час, природа, інформація, дозвілля, політичні, культурні відносини, все оточення людського життя*) [7; 8].

За підсумками соціологічних досліджень 2009–2016 рр. можна зазначити, що майже 60% населення країни, на жаль, мають прояви синдрому консьюмеризму, який визначається такими ознаками споживчої свідомості, як: *бажання* постійно купувати новий одяг і часто змінювати його; *прагнення* мати речі, які вражають інших людей; *намагання* отримувати задоволення й поліпшувати настрій за рахунок придбання речей і *розуміння* наявності зайвих речей, яких шкода позбавитися. До категорії консьюмерату – активних споживачів, для яких характерні активні споживчі інтенції, можна зарахувати третину українців, які формують елітний консьюмерат, середній підклас консьюмерату та люмпен-консьюмерат [8].

Сьогодні споживання в Україні є однією його з ключових сфер сучасного суспільства, оскільки стало виступати засобом конструювання соціальної ідентичності, соціального статусу, способу життя. У повсякденній практиці українців відбулося закріплення символічного споживання для презентації статусу людини та ідентифікації соціальної позиції особи за рахунок зовнішніх ефектів спожитих речей. Під впливом інституціоналізації символічного споживання перебуває формування споживчих стандартів (житло, дозвілля, побутова, комп'ютерна та мультимедійна техніка, аксесуари та одяг).

Втім, в умовах економічної кризи природно зменшується обсяг матеріального споживання, відбувається обмеження споживання звичних об'єктів для забезпечення матеріальних умов комфорту. Українці для збереження активності споживання дедалі частіше стали використовувати кредитування для задоволення намірів споживання або компенсаторний характер споживацької поведінки (навіть у викривленій формі).

В умовах економічної кризи певна частина населення для компенсації або маскуванню неконсистентності статусу вдається до симуляційного символічного споживання й використовує подвійну символізацію (симуля-

ризацію) споживання (символічна реалізація символічного споживання (символічна річ підмінюється символом цієї речі у вигляді несправжньої (речі)), внутрішнім механізмом якої є ефект мімікрії. За допомогою симуляційного символічного споживання людина у формі гри імітує реальне споживання, програє різні ситуації, форми й конфігурації відносин майбутнього життя [7; 8]. Також в умовах нестабільної економічної ситуації в споживачі відбулися певні зміни у свідомості та поведінці на користь розвитку більш “розумного” споживання, яке передбачає самостійне ретельне дослідження ринків товарів і послуг. Близько 60% споживачів перед здійсненням покупки сумлінно порівнюють ціни в ЗМІ та в мережі Інтернет (використовують: сайти виробників, торгових марок, інтернет-магазинів, магазинів он-лайн продажів, вторинного ринку мережі Інтернет; соціальні мережі; аукціони eBay, Aukro). До речі, для європейців саме Інтернет посідає друге місце (за значущістю) серед джерел інформації при прийнятті рішення про купівлю на всіх етапах (збір інформації, остаточне прийняття рішення, придбання) [6].

Крім цього, варто наголосити, що в останні декілька років спостерігається тенденція віртуалізації практик споживання, перенесення інтенцій споживачів та їх активності на інформаційну сферу, яка під впливом глобального інформаційного суспільства формується в Україні дуже швидкими темпами. Суб’єкти суспільства споживання водночас виступають суб’єктами інформаційного суспільства.

На жаль, сьогодні ще зарано говорити, що в Україні вже остаточно сформоване інформаційне суспільство, в якому більшість працюючих людей зайнято виробництвом, збереженням, переробкою та реалізацією інформації та знань, втім можна з упевненістю говорити, що Україна має величезний потенціал для формування інформаційного суспільства.

Вже очевидною стала тенденція до збільшення ролі інформації в житті українського суспільства. У структурі загального обсягу реалізованих послуг населенню країни у 2014–2015 рр. п’яту частину обсягів становлять послуги інформації та телекомунікації [20].

Інформатизація в нашій країні відбувалася послідовно, наростаючими темпами. З метою розвитку засад інформаційного суспільства в 1997 р. було створено Українську науково-освітню телекомунікаційну мережу УРАН. Мережа УРАН сприяла не лише повноправному входженню України в глобальний інформаційний простір, а й підвищенню рівня освіти та науки в країні завдяки її планомірному та поступовому розвитку, який здійснювався згідно з Державною програмою “Інформаційні та комунікаційні технології в освіті і науці” [21].

Для ефективного вирішення завдань інформатизації й створення сучасної інформаційної інфраструктури України ще в 1998 р. Верховною Радою України було затверджено Національну програму інформатизації України [5].

Наростаюча інформатизація суспільства призвела до активного розвитку та споживання інформаційних технологій як індивідуальними споживачами, так і колективними (підприємствами, організаціями, установами). Так, за інформацією Державної служби статистики, з'ясовано, що більшість підприємств (95,2% – у 2015 р.; 93,4% – у 2014 р.) використовували комп'ютери у своїй роботі та мали доступ до мережі Інтернет (93,3% – у 2015 р.; 91,0% – у 2014 р.) [3]. Узагальнення результатів різних досліджень свідчить про високу роль інформаційних технологій у різних сферах життєдіяльності українського суспільства та про симбіоз соціальної організації з інформаційними технологіями. Відбувається віртуалізація професійної діяльності й повсякденних соціальних практик.

Посиленню інформатизації в країні сприяла реалізація Комплексної програми створення єдиної національної системи зв'язку, активне використання телефонії, радіо, телебачення, мережі Інтернет, а також традиційних і електронних ЗМІ.

Так, доходи в Україні від надання телекомунікаційних послуг (без урахування території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення АТО) зростають щороку: 51 млрд 865,9 млн грн – у 2015 р.; 48 млрд 911,6 млн грн – у 2014 р. (вилучено суму поштових та кур'єрських доходів) [16].

Активна інформатизація, входження Україною в глобальний інформаційний простір дали можливість українцям реалізувати доступ до світових інформаційних ресурсів, задовольнити їх потреби в інформаційних продуктах і послугах.

Інтернет як інформаційний канал та як середовище реалізації споживання істотно посилив свої позиції – за останні десятиліття кількість користувачів Інтернету в Україні зросла в 100 разів. За даними дослідницької компанії Gemius Ukraine, українська інтернет-аудиторія наприкінці 2015 р. мала становити понад 20 млн осіб за всіма пристроями доступу (з урахуванням їх перетину) [9]. На тлі формування масової інтернет-аудиторії в останнє десятиріччя в Україні формуються нові моделі інформаційного споживання.

Дані емпіричних досліджень 2009–2011 рр., які були проведені дослідницьким колективом Класичного приватного університету (2009 р.,  $n = 800$ : міське населення (м. Львів, Запоріжжя) віком 18–55 років; вибірка багатоступенева, на останньому шаблі – квотна; контрольовані ознаки: “стать”, “вік”; похибка  $\pm 3,5\%$ ; 2010 р.,  $n = 1525$ : міське населення (м. Ужгород, Полтава, Житомир, Донецьк, Кривий Ріг); вибірка – районована, на останньому шаблі – випадкова; контрольовані ознаки: “стать”, “вік”; похибка  $\pm 2,5\text{--}3\%$ , надійна ймовірність – 95,45%; 2011 р.,  $n = 947$ : Запорізька, Львівська, Одеська, Харківська області; населення віком старше 18 років; вибірка – районована, на останньому шаблі – випадкова; контрольовані ознаки: “стать”, “вік”; похибка  $\pm 3,5\%$ , ймовірність – 95,45%. При формуванні вибірок використано типові принципи відбору за регіонами, типами



поселень, кількістю населення, статтю, віком відповідно до регіональної специфіки тих областей, де було проведене дослідження), дали змогу виявити зв'язки речового та інформаційного споживання в Україні з акцентом на інформаційному споживанні як субституті речового. Найвним прикладом інформаційного споживання є користування мережею Інтернет та послугами, які пропонує інформаційна мережа. За даними проведених опитувань у 2009–2011 рр., майже 70% дорослого населення лише великих промислових міст були користувачами глобальної мережі з різним рівнем активності [6]. А вже у 2015 р. (за оцінками Factum Group, TNS) 60% дорослого населення країні (без поділу на мешканців різних типів поселення) мають доступ до Інтернету та користуються ним регулярно [25].

За результатами різних досліджень можна констатувати, що Інтернет сприяє гіперспоживанню для задоволення найширшого спектра потреб українців. Аналіз 20 найбільш відвідуваних українцями сайтів надав змогу здійснити класифікацію аудиторії користувачів Інтернету на 5 груп споживачів за спрямованістю використання мережі. Так, за даними дослідницької компанії Gemius-Україна 2014 р., 89% українських інтернет-користувачів сфокусували свою увагу на отриманні різних сервісів (послуг), 87% – відвідували різні портали, 57% – використовували Інтернет для здійснення електронної комерції, 50% – задовольняли потреби у сфері розваги й дозвілля та 41% – використовували всевітню мережу з метою отримання новин [12]. Ця класифікація користувачів свідчить про те, що поведінку інтернет-споживачів можна розглядати і як форму економічної, соціальної поведінки, і як знакову, символічну інтеракцію та форму самовираження.

Стрімке проникнення Інтернет в повсякденне життя українців за останнє десятиліття призвело до формування специфічного мережевого соціокультурного середовища, яке сприяє задоволенню потреб у комунікаційній взаємодії. Незворотним уже став розвиток електронних соціальних і господарюючих мереж. Українці продовжують активно долучатися до соціальних мереж – за даними різних дослідницьких колективів (Gemius Ukraine, IRG, Класичний приватний університет) у середині 2015 р. до 65% інтернет-користувачів використовували мережу як засіб для залучення до он-лайн спільнот [12; 6].

Різномісьове використання мережі Інтернет засвідчує прояви інформаційного суспільства та підтверджує і стабілізацію традиційних форм використання мережі (комунікативна, пізнавально-рекреаційна), і розвиток практик інтернет-споживання.

Завдяки стрімкому розвитку Інтернет в Україні розвивається ринок електронної комерції. Згідно з результатами наших досліджень (2009–2011 рр.), в Україні значна частина міського населення середнього класу вдається до е-комерції, з них: 40% – оплачували інформацію; 19% – здійснювали купівлю речей; 15% – оплачували розваги; 8% – проводили

фінансові операції; по 7% – оплачували подорожі, туризм та культурні потреби.

Згідно з підрахунками експертів у кінці 2014 р., український ринок електронної комерції зріс на 400% за останні 5 років [19]. За оцінками компанії “GfK”, до кінця 2014 р. українців, які купують в Інтернеті, уже налічувалось як мінімум 2,8 млн осіб [19]. До десятки лідерів найбільш відвідуваних українською аудиторією ресурсів, починаючи з 2013 р., входять інтернет-магазини Rozetka.com.ua і ресурс безкоштовних оголошень Olx.ua (Slando.ua) [1; 9].

За оцінками дослідників Класичного приватного університету, у 2015 р. 28,7% регіональної інтернет-аудиторії стали активними споживачами товарів і послуг через Інтернет (вересень 2015 р.,  $n = 600$ ), а серед студентської молоді – 36% (квітень 2015 р.,  $n = 400$ ).

Водночас споживачі щодня все більш активно інтегруються в ринок інтернет-послуг і стають активними учасниками інтернет-економіки, а купівля через Інтернет в Україні, як і в більшості європейських країн, може стати сучасною альтернативою звичайним магазинам [18]. Отже, інтернет-комерція (“е-комерція”) як вид споживчої діяльності купівлі-продажу речей через Інтернет є одним з проявів інформаційно-споживчого суспільства.

За результатами соціологічних досліджень зафіксовано високу активність споживання не лише послуг, а й товарів в інформаційно-комунікаційній сфері.

З початку поширення в Україні стільникового (1994 р.) зв’язку до 2006 р. вроздріб було продано близько 25 млн одиниць (при цьому кількість абонентів мобільного зв’язку становила майже 36 млн) [15]. У грудні 2013 р. кількість абонентів мобільного зв’язку в Україні була 57,495 млн споживачів [10], у другому півріччі 2015 р. кількість активних користувачів у мережах стільникових операторів України досягла показника 59,45 млн споживачів [11].

Наприкінці 2013 р. 57% українців у віці старше 16 років володіли смартфоном, комп’ютером, ноутбуком або планшетом [2].

У 2015 р. 89% мешканців України є споживачами мобільного зв’язку, і лише 38% – стаціонарного зв’язку (за результатами дослідження, яке провів Київський міжнародний інститут соціології серед дорослого населення України, крім Автономної Республіки Крим. У Луганській області опитування проведено тільки на територіях, контрольованих Україною, у Донецькій області дослідження проведено на територіях, контрольованих і неконтрольованих Україною;  $n = 2022$ ). Більшість (83%) користувачів мобільного зв’язку має лише один активний мобільний номер, два номери мають 16%, три номери – 1% опитаних [17].

З 2005 р. до 2013 р. роздрібний товарооборот підприємств в Україні за групою товарів “Комп’ютери, периферійне устаткування, програмне забезпечення” зріс майже у 5,4 разу (2005 р. – 805 млн грн; 2013 р. –

4426 млн грн), а за групою товарів “Аудіо- та відеообладнання, включаючи телекомунікаційне устаткування” – у 4,1 разу (2005 р. – 805 млн грн; 2013 р. – 4426 млн грн) [22].

Сьогодні значна частина населення оснащена необхідними сучасними технічними засобами. За результатами досліджень зафіксовано високу активність споживання в інформаційній сфері, що фіксує низку проявів органічної єдності суспільства споживання й інформаційного суспільства для сучасної України, що дає підстави називати його інформаційно-споживчим.

Незважаючи на позитивні зрушення у формуванні інформаційного суспільства в Україні, варто говорити про існування таких важливих для суспільного розвитку аспектів:

1. Прірва між високими технологіями та духовним і соціальним розвитком людини може ставати дедалі глибшою.

2. Перенасичення інформацією населення країни відбувається на тлі дефіцитарності знань [4] щодо можливостей її використання, відтворення, збереження. На ринку існує потреба в спеціалістах, котрі знайомі з новими інформаційними технологіями та здатні ефективно їх використовувати для вирішення професійних завдань [13].

3. Рівень професійної компетенції робітників повинен відповідати новим завданням та вимогам ситуації щодо інтеграції країни в загальносвітовий простір, залучення до процесів глобалізації, інформатизації та конкуренції, змін в організаційній діяльності підприємств, упровадження сучасних технологій.

4. Прискорення інформаційного обміну та розвитку технологій вимагає постійного підвищення кваліфікації населення нашої країни протягом життя.

5. Освіта в Україні (як і в сучасному світі) перебуває в кризовому стані, для неї характерні три ознаки (Ф. Кумбс): зміна (соціальних умов, пов'язаних з розвитком науки і техніки); пристосування (система освіти не встигає пристосуватися до цих змін); розрив (між освітою та умовами життя суспільства) [14].

6. Сучасна система освіти повинна здійснювати інтелектуальний супровід розвитку суспільства й відповідати за формування та відтворення суспільного інтелекту (менталітету, визначених галузей і соціальних технологій інтелектуальної діяльності).

Швидкі темпи інформатизації, розвитку інформаційних технологій в українському суспільстві, безумовно, вимагають піднесення інтересу в суспільстві до оновлення знань щодо інформаційної сфери.

Науково-технічний прогрес, зростання продуктивності праці, збільшення вимог до робочої сили, зміна структури зайнятості населення, зміна соціальних функцій самої праці – усе це призвело до необхідності посилення ролі освіти, постійного розвитку людських ресурсів та підготовки висококваліфікованих робітників. Як наслідок, у країні вже зроблено певні кроки – нову парадигму освіти “навчання протягом життя” було визначено

одним з пріоритетних напрямів державної політики щодо розвитку освіти на початку XXI ст. (у 2002 р. в Указі Президента України “Про національну доктрину розвитку освіти” № 347/2002) [23; 24].

Формування інформаційного суспільства підвищило не лише значущість освіти протягом життя, а й необхідність її інформатизації. Тому у 2010 р. запроваджено реалізацію проекту “Відкритий світ”, який передбачає створення інформаційно-комунікаційної освітньої мережі національного рівня шляхом безкоштовного постачання в школи країни сучасного обладнання та запуску єдиного освітнього інтернет-порталу для вчителів, школярів і батьків школярів.

Крім цього, для інтелектуального супроводу розвитку інформаційного суспільства, для відповідної підготовки населення до постійних змін у сфері інформаційних технологій та на ринку праці в системі освіти необхідне вирішення завдань щодо зміцнення комп’ютерної освіченості всіх верств населення.

Якщо молоді спеціалісти не володіють необхідними практичними вміннями в інформаційній сфері (як зазначають роботодавці) і змушені додатково підвищувати свій професійний рівень [13], то для фахівців, які здобували освіту декілька років тому та мають певний стаж трудової діяльності, для безробітного населення й навіть для працівників освіти завдання зміцнення комп’ютерної освіченості є вкрай актуальним.

Укорінення в Україні ідеології інформаційного суспільства сформуло нагальну потребу в постійному підвищенні рівня знань і необхідності безперервної освіти всього населення країни, особливо викладачів та педагогів.

Так, за результатами опитування вчителів, які були слухачами курсів підвищення кваліфікації Закарпатського інституту післядипломної педагогічної освіти (ІППО) ( $n = 643$ ; вибірка квотна; репрезентує генеральну сукупність за ознаками “стаж педагогічної роботи” та “кваліфікаційна категорія”, довірча ймовірність отриманих результатів – 95%, теоретична припустима похибка  $\pm 3,61\%$ ) уже половина опитаних педагогів та вчителів гостро усвідомлює необхідність постійно оновлювати знання на вимогу реформуванню освітньої галузі в умовах посилення залежності від інформаційно-технологічних засобів. Ще 30% респондентів хоча й не акцентує уваги на соціетальному тренді щодо постійного оновлення знань, втім наголошує на необхідності підвищення кваліфікації для педагогічної самореалізації.

Глибинне розуміння педагогами необхідності постійного самовдосконалення та безперервного навчання підтверджує інформація щодо факторів, які мотивують їх навчатись на курсах підвищення кваліфікації (рис. 1).

За результатами двовимірного розподілу відповідей респондентів щодо мотивів підвищення кваліфікації можна виділити три групи споживачів послуг з підвищення кваліфікації, які мають схожі інтенції:

Перша група (75%) – споживачі-інноватори, які мають прагнення до педагогічної самореалізації й прагнуть відповідати сучасним вимогам соціуму. Серед групи, що прагне відповідати вимогам часу децю більше осіб, що мають стаж педагогічної роботи від 16 років і старше, а в групі, що прагне педагогічної самореалізації, децю більше осіб зі стажем педагогічної роботи від 5 до 15 років.

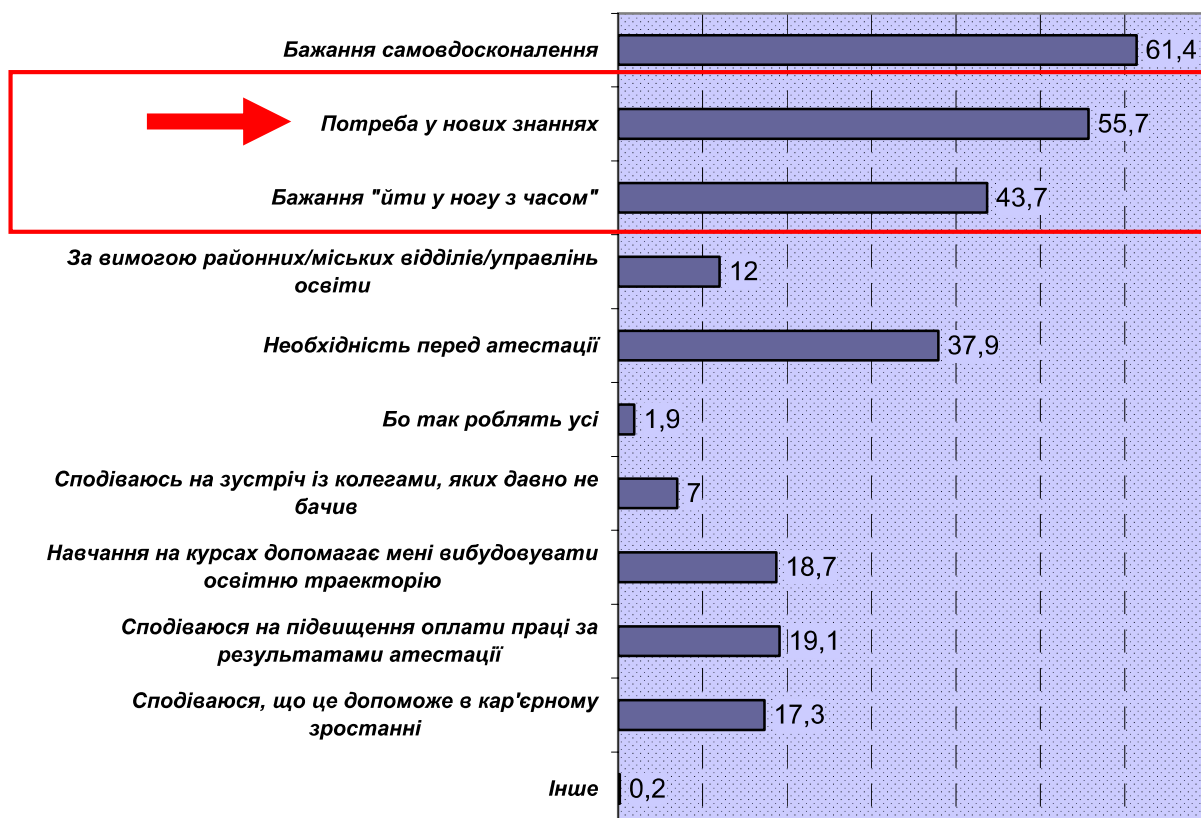


Рис. 1. Розподіл відповідей респондентів щодо факторів, що стимулюють навчатися на курсах підвищення кваліфікації

Друга група (13%) – споживачі-кар'єристи, які вдаються до підвищення кваліфікації для кар'єрного зростання. Серед цієї групи децю більше осіб, що мають стаж від 5 до 15 років за вказаною ними посадою, а також стаж педагогічної роботи. Цю групу становлять особи, що мають кваліфікаційну категорію "спеціаліст" або "друга".

Третя група (6%) – вимушені споживачі, які потрапили на навчання в результаті соціонормативного впливу (за результатом діагностичних педагогічних вимірювань або під тиском можливого запровадження сертифікації педагогів). Серед цієї групи децю більше осіб, що мають стаж від 16 до 25 років за вказаною ними посадою й кваліфікаційну категорію "спеціаліст".

Сьогодні процес накопичення знань визначає суспільний прогрес, тому знання перетворилися на найважливіший фактор суспільного розвит-

ку в світі. На жаль, науково-технічний прогрес та ера електронно-мережових комунікацій в Україні призвели до відставання знанневого чинника від розвитку інформаційних технологій. Тому обов'язковою умовою для українського суспільства є подолання цього розриву й орієнтація в навчанні на отримання знань згідно з потребами споживачів інформаційного суспільства та суспільства знань.

Майже 80% опитаних вважають, що навчання в закладі післядипломної педагогічної освіти, перш за все, відповідає власним освітнім потребам, серед яких опитані зазначають пріоритет таких потреб:

– менеджмент сучасного навчального закладу (37%). *Серед цієї групи децю більше слухачів, що мають стаж педагогічної роботи від 16 років і старше та кваліфікаційну категорію “перша” або “вища”;*

– володіння інформаційними технологіями (31%). *Серед представників цієї групи значно більше слухачів, що працюють у ДНЗ, мають стаж педагогічної роботи від 16 років і старше;*

– освітні технології (26%). *Серед цієї групи децю більше слухачів, що працюють у ДНЗ, мають стаж педагогічної роботи від 26 років і старше та кваліфікаційну категорію “спеціаліст”;*

– соціально-психологічні аспекти взаємодії з учнями та батьками: *проблеми виховання; практична психологія; робота з батьками – по 23% відповідно. Серед цієї групи децю більше слухачів, що мають стаж педагогічної роботи від 6 до 16 років, працюють в основній школі (5–9 класи та 10–11 класи) і кваліфікаційну категорію “спеціаліст”.*

Можна констатувати, що педагоги усвідомлюють, що інновації у сфері інформаційних і телекомунікаційних технологій ставлять перед сучасними викладачами нові непрості завдання, які торкаються педагогіки, методики, адміністративного управління та фінансування, потреб забезпечення якості навчання і які вони мають терміново навчитись вирішувати.

Суттєвість глобальної кризи освіти достатньо боляче відображається у критиці традиційної парадигми освіти, що орієнтована на технократичні й конформістські цінності.

На жаль лише половина опитаних педагогічних працівників розуміє, що стимулювання самоосвіти, самопідготовки, постійної жаги знань є однією з важливих функцій сучасної освіти. Ця когорта (50%) переконана, що провідна роль у власній освіті належить самій особі, що навчається. Ще 28% опитаних дотримуються цієї думки. Загалом можна визначити, що більшість опитаних – майже 80% – певною мірою є прибічниками самоосвіти.

З метою вирішення нових, нестандартних проблем у сучасному суспільстві істотно зростає роль методологічних, системних, міждисциплінарних знань людини. Інформаційний прогрес створює виклик традиційним системам освіти й актуалізує питання перегляду методології, методики та організаційних засад сучасної освіти.

Безперечно, це потребує впровадження нових педагогічних підходів, що ґрунтуються на альтернативних механізмах передачі знань.

Саме це пояснює позицію слухачів в очікуванні трансформації функціонально-рольового навантаження педагогічного складу закладів підвищення кваліфікації.

Так, слухачі очікують нових підходів у викладанні (рис. 2), які передбачають більшу самостійність від слухачів на тлі постійного діалогу з викладачами-тьюторами, які організують процес отримання знань, спрямовують та підтримують у оволодінні способами неперервного отримання нових знань і самоосвіти, або викладачами-коучами, які на власному прикладі демонструють можливості самостійного типу мислення, розвивають у слухачів вміння працювати з різною інформацією та різними даними.

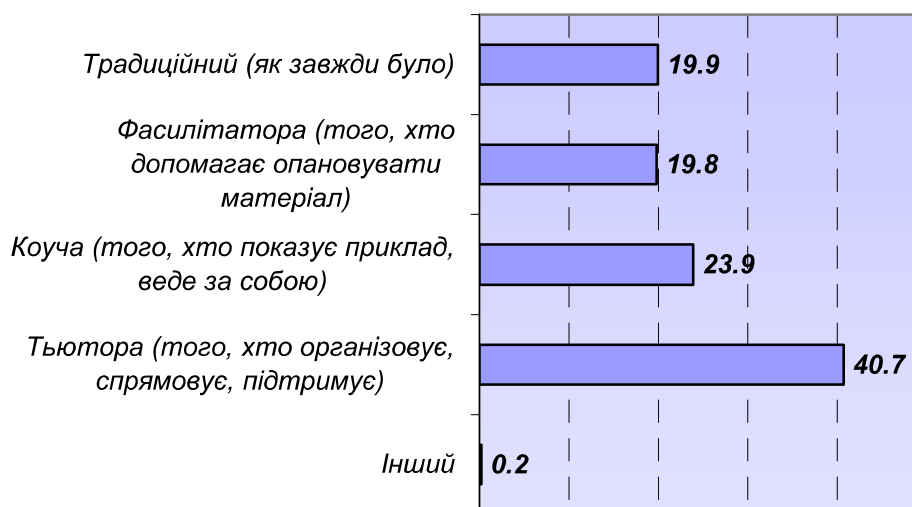


Рис. 2. Розподіл відповідей респондентів на запитання “У якій ролі Ви бачите викладача системи ІППО?”

Втім, говорити однозначно, що слухачі готові відмовитись від традиційної системи викладання з отриманням систематизованих та узагальнених знань, не можна (це підтверджує двовимірний розподіл відповідей, наведений у табл. 1).

Таблиця 1

**Результати двовимірного розподілу відповідей респондентів на запитання “Провідна роль у власній освіті належить мені” та “У якій ролі Ви бачите викладача системи ІППО?”**

Провідна роль у власній освіті належить мені	У якій ролі Ви бачите викладача системи ІППО:			
	Традиційний	Фасилітатор	Коуч	Тьютор
Цілком згоден	22,6	15,7	23,6	41,5
Скоріше згоден, ніж не згоден	14,1	20,3	27,7	42,4
Скоріше не згоден, ніж згоден	39,3	32,1	21,4	10,7
Зовсім не згоден	37,5	0	0	62,5
Важко відповісти	15,5	34,5	17,2	39,7
<b>Всього:</b>	<b>19,9</b>	<b>19,8</b>	<b>23,9</b>	<b>40,7</b>



З таблиці наочно видно, що навіть та група респондентів, яка вбачає власну провідну роль у власній освіті, не може повністю відмовитись від традиційної системи викладання.

Суспільство знань та інформації вносить суттєві якісні зміни як у методологію сучасної освіти, так і в організацію цього процесу.

Вочевидь, частка слухачів уже готова перейти до новітніх форм навчання, які передбачають рефлексію, критичний самоаналіз, проблемно-орієнтоване та взаємне навчання (див. рис. 3). Такі слухачі орієнтовані на проблемно-орієнтоване навчання й очікують навчання за конкретними курсами (дисциплінами):

- навчання за обраним спецкурсом стаціонарно – 30%;
- індивідуальну програму підвищення кваліфікації – 18%.

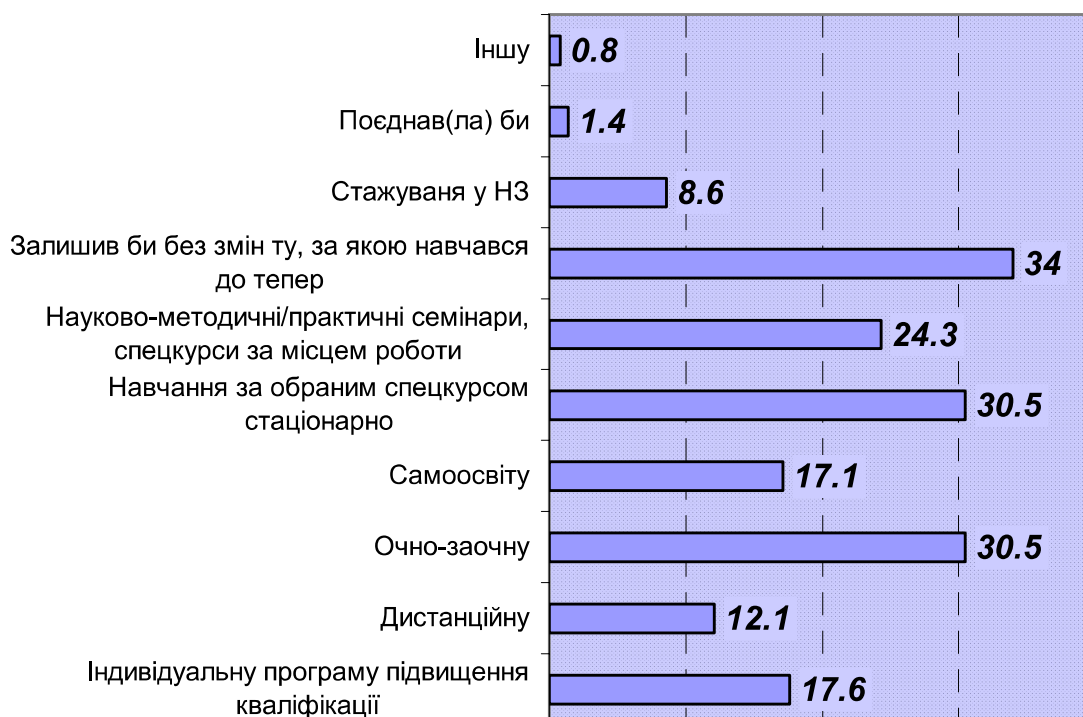


Рис. 3. Розподіл відповідей респондентів на запитання “Яку з наведених нижче форм організації навчання Ви обрали би в майбутньому?”

Ці категорії слухачів віддають перевагу доповненню цих форм самоосвітою та емпіричним навчанням (науково-методичні/практичні семінари, спецкурси за місцем роботи) з домінуванням очного навчання (*не надто захоплюються дистанційним навчанням*).

Третина опитаних не готова змінювати будь-що в організації процесу навчання й залишила б без змін ту систему, за якою навчалася дотепер (34%). Для цієї категорії слухачів меншою мірою притаманна варіативність у доповненні існуючої системи навчання іншими новими формами.



Нажаль, серед слухачів достатньо незначною є частка людей, дійсно готових до впровадження новітніх форм навчання, зокрема таких:

– самоорганізація (самоосвіта – 17%; дистанційна освіта – 12%) – дещо більше слухачів, що мають стаж педагогічної роботи від 6 до 16 років, працюють у старшій школі;

– емпіричне навчання (науково-методичні/практичні семінари, спецкурси за місцем роботи – 9%);

– навчання в умовах, наближених до реальних (стажування у навчальних закладах – 24%);

– навчання з використанням ресурсів (очно-заочне – 30%).

Втім, більшість опитаних слухачів готова до поєднання цих методів у будь-яких варіантах (табл. 2).

Таблиця 2

**Перехресний аналіз розподілу відповідей респондентів на запитання “Яку з наведених нижче форм організації навчання Ви обрали би в майбутньому?”**

Яку з наведених нижче форм організації навчання Ви обрали би в майбутньому?									
	Індивідуальну програму підвищення кваліфікації	Дистанційну	Очно-заочну	Самоосвіту	Навчання за обраним спецкурсом стаціонарно	Науково-методичні/практичні семінари, спецкурси	Залишив би без змін ту, за якою навчався до	Стажування у НЗ	Поєднав(ла) би
Індивідуальну програму підвищення кваліфікації	100,0	11,5	19,5	27,4	28,3	27,4	15,0	8,0	0,9
Дистанційну	16,7	100,0	33,3	24,4	11,5	14,1	17,9	5,1	0,0
Очно-заочну	11,2	13,3	100,0	18,9	10,7	16,8	16,8	6,6	1,5
Самоосвіту	28,2	17,3	33,6	100,0	20,0	30,9	17,3	11,8	1,8
Навчання за обраним спецкурсом стаціонарно	16,3	4,6	10,7	11,2	100,0	21,4	26,0	11,7	1,5
Науково-методичні/-практичні семінари, спецкурси за місцем роботи	19,9	7,1	21,2	21,8	26,9	100,0	13,5	12,2	1,9
Залишив би без змін ту, за якою навчався до тепер	7,8	6,4	15,1	8,7	23,4	9,6	100,0	2,8	0,5
Стажування у НЗ	16,4	7,3	23,6	23,6	41,8	34,5	10,9	100,0	5,5
Поєднав(ла) би	11,1	0,0	33,3	22,2	33,3	33,3	11,1	33,3	100,0
<b>Всього</b>	<b>17,6</b>	<b>12,1</b>	<b>30,5</b>	<b>17,1</b>	<b>30,5</b>	<b>24,3</b>	<b>34,0</b>	<b>8,6</b>	<b>1,4</b>

Хоча в суспільстві вже набуло поширення нове явище “освіта без кордонів”, яке пов’язане з ліквідацією бар’єрів і впровадженням дистанційного навчання, втім слухачі підвищення кваліфікації ще недостатньо готові до сприйняття такої форми організації навчання (лише 12%) та неохоче доповнюють нею інші форми, яким віддають більший пріоритет.

Отже, у системі освіти з підвищення кваліфікації вчителів виникає необхідність відходу від класичних підходів і наближення до проблемно орієнтованих методів формування знань, а також зменшення дистанції між фундаментальними й прикладними дослідженнями. Найкращий результат у навчанні буде досягнуто поєднанням різних методів навчання. Особливу увагу варто приділити спеціалізації й проблемно орієнтованому навчанню (орієнтир на потреби слухачів) у стаціонарних умовах із доповненням методами емпіричного навчання та навчання в умовах, наближених до реальних.

Більшість опитаних вбачає найвищий практико-перетворювальний освітній потенціал у композиції форм та методів роботи зі слухачами, основними з яких є практичні заняття (75%), майстер-класи (57%), лекції (47%) та тренінги фахівців (40%).

Отже, підвищення комп’ютерної грамотності населення, освіта українців протягом життя стали тими питаннями, які потребують негайного вирішення в умовах формування інформаційно-споживчого суспільства з боку всіх зацікавлених сторін – державного сектору, бізнесу та суспільства загалом.

**Висновки.** Українське суспільство перебуває під впливом ідеологій суспільства споживання та інформаційного суспільства. Глобальні перетворення призвели до формування серед українців консьюмеристських настроїв.

Інформація та знання стали виступати найбільш затребуваним товаром. За результатами соціологічних досліджень зафіксовано високу активність споживання в інформаційній сфері, низку проявів органічної єдності суспільства споживання й інформаційного суспільства для сучасної України, що дає підстави називати його *інформаційно-споживчим*.

Серед українців набуває поширення *постмодерна модель споживання*, яка має складний характер – акцент споживчих інтенцій переноситься на інформаційну сферу, а в речовому споживанні утверджується неотрадиційна модель – характерним є намагання забезпечувати відтворення людини, проте до потреб відтворення включено елементи символічного споживання та інформаційно-комунікативні потреби.

Інформаційна сфера надає змогу українцям реалізовувати наміри символічного та симуляційного споживання. Використання симуляційного та символічного споживання в українському суспільстві можна розглядати, з одного боку, як контрмаргіналізуючі засоби “утримання на плаву” в умовах економічної кризи, а з іншого – як загрозливе явище, що здійснює негативний вплив на спосіб життя українців і підкреслює ірраціональний, підроблений, симулятивний, віртуальний характер їх споживання, спрямований на підкріплення споживацтва як соціальної девіації в умовах дефіцитарної економіки.

Укорінення в Україні ідеології інформаційного суспільства сформувало нагальну потребу в постійному підвищенні рівня знань і необхідності безперервної освіти всього населення країни, особливо викладачів та педагогів. За результатами опитування вчителів, які були слухачами курсів підвищення кваліфікації Закарпатського інституту післядипломної педагогічної освіти, більшість певною мірою усвідомлює необхідність постійного оновлення знань як на вимогу реформування освітньої галузі в умовах посилення залежності від інформаційно-технологічних засобів, так і для педагогічної самореалізації. Майже 80% опитаних вважають, що навчання в закладі післядипломної педагогічної освіти має задовольняти освітні потреби з дисциплін: “Менеджмент сучасного навчального закладу” (37%); “Володіння інформаційними технологіями” (31%); “Освітні технології” (26%).

Суттєвість глобальної кризи освіти достатньо боляче відображається в критиці традиційної парадигми освіти. Уже половина опитаних педагогічних працівників розуміє, що стимулювання самоосвіти, самопідготовки, постійної жаги знань є однією з важливих функцій сучасної освіти.

Інформаційний прогрес створює виклик традиційним системам освіти й актуалізує питання перегляду методології, методики та організаційних засад сучасної освіти.

Слухачі очікують трансформації функціонально-рольового навантаження педагогічного складу закладів підвищення кваліфікації – віддають перевагу викладачам-тьюторам або викладачам-коучам.

У системі освіти з підвищення кваліфікації вчителів виникає необхідність відходу від класичних підходів і наближення до проблемно орієнтованих методів формування знань, а також зменшення дистанції між фундаментальними й прикладними дослідженнями. Найкращий результат у навчанні буде досягнуто поєднанням різних методів навчання. Хоча в суспільстві явище “освіта без кордонів” вже набуло поширення, втім слухачі підвищення кваліфікації ще не готові до сприйняття такої форми організації навчання та неохоче доповнюють нею інші форми, яким віддають більший пріоритет.

Особливу увагу варто приділити спеціалізації й проблемно-орієнтованому навчанню (орієнтир на потреби слухачів) у стаціонарних умовах із доповненням методами емпіричного навчання та навчання в умовах, наближених до реальних. Більшість опитаних вбачає найвищий практико-перетворювальний освітній потенціал у композиції форм та методів роботи зі слухачами, основними з яких є практичні заняття (75%), майстер-класи (57%), лекції (47%) та тренінги фахівців (40%).

#### **Список використаної літератури**

1. В Украине интернетом пользуется 17,5 млн человек – Gemius [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://delo.ua/tech/v-ukraine-internetom-polzuetsja-175-mln-chelovek-gemius-228205/>.

2. В Украине растет количество пользователей интернета, свидетельствует исследование GfK Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступа: [http://www.bbc.co.uk/ukrainian/rolling\\_news\\_russian/2014/04/140409\\_ru\\_n\\_internet\\_usage](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/rolling_news_russian/2014/04/140409_ru_n_internet_usage).

3. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publinform\\_u.htm](http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publinform_u.htm).
4. Виттенбург Б. Шах Планете Земля [Електронний ресурс] / Б.Виттенбург. – Режим доступу: <http://www.walkinspace.ru/blog/2011-01-20-1576>.
5. Закон України “Про Національну програму інформатизації” від 4 лютого 1998 р. № 74/98-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=74>.
6. Зоська Я. В. Виртуализация социальных практик потребления украинцев / Я. В. Зоська // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. / [редкол.: Я. В. Зоська (голов. ред.) та ін.]. – Запоріжжя : КПУ, 2015. – Вип. 65–66. – С. 90–99.
7. Зоська Я. В. Суспільство споживання в Україні: соціологічна рефлексія : автореф. дис. ... д-ра соц. наук / Я. В. Зоська. – Запоріжжя : КПУ, 2012. – 40 с.
8. Зоська Я. В. Суспільство споживання та соціальні практики споживачів в Україні : монографія / Я. В. Зоська. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 352 с.
9. Интернет-аудитория Украины, июль 2015 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gemius.com.ua/izdateli-novosti/internet-auditorija-ukrainy-ijul-2015-goda.html>.
10. Кількість абонентів мобільного зв'язку в Україні досягла 59,45 млн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tapker.com/uk/news/cislo-abonentov-mobilnoj-svyazi-v-ukraine-sostavilo-5945-mln\\_p133.html](http://tapker.com/uk/news/cislo-abonentov-mobilnoj-svyazi-v-ukraine-sostavilo-5945-mln_p133.html).
11. Кількість абонентів мобільного зв'язку в Україні на чверть перевищила кількість жителів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.bigmir.net/technology/669867-Kilkist-abonentiv-mobilnogo-zvyazky-v-Ukraini-na-chvert-perevishila-kilkist-jiteliv>.
12. Коламбет Е. Интернет-аудитория Украины. Статистика 2012–2013 и прогноз на 2014 год [Электронный ресурс] / Е. Коламбет. – Режим доступа: <http://blog.netpeak.ua/internet-auditoriya-ukrainy-statistika-2012-2013-i-prognoz-na-2014-god/>.
13. Комп'ютерні знання – ключовий фактор економічного та соціального розвитку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.dcz.gov.ua/zap/control/uk/publish/printable\\_article;jsessionid=D77212CB7F1CE345F91E1CD586782FAF?art\\_id=11062](http://www.dcz.gov.ua/zap/control/uk/publish/printable_article;jsessionid=D77212CB7F1CE345F91E1CD586782FAF?art_id=11062).
14. Кумбс Ф. Г. Кризис образования в современном мире. Системный анализ / Ф. Г. Кумбс ; пер. с англ. – Москва : Прогресс, 1970. – 260 с.
15. Мобільний телефон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/мобільний\\_телефон](https://uk.wikipedia.org/wiki/мобільний_телефон).
16. Надання телекомунікаційних, поштових та кур'єрських послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
17. Населення відмовляється від стаціонарного телефонного зв'язку ще до підняття тарифів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=543>.
18. Обзор // Потреблять в 2010 не меньше, но лучше [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.observatoirecetelem.elem.com/>.
19. Объем электронной коммерции в Украине увеличился в 4 раза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-commerce.com.ua/2014/11/объем-электронной-коммерции-в-украине>.
20. Основні показники економічної діяльності підприємств сфери нефінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/metaopus/2015/1-2\\_03\\_02\\_01\\_2015.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/metaopus/2015/1-2_03_02_01_2015.htm).

21. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження Державної Програми “Інформаційні та комунікаційні технології в освіті і науці” на 2006–2010 роки” від 7 грудня 2005 р. № 1153 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1153-2005>.

22. Товарна структура роздрібного товарообороту підприємств в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

23. Указ Президента України № 344/2013 “Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/344/2013>.

24. Указ Президента України “Про національну доктрину розвитку освіти” № 347/2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/347/2002>.

25. Украинская онлайн-аудитория и рынок интернет-рекламы: дайджест-исследование [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ain.ua/2015/07/23/593290>.

*Стаття надійшла до редакції 17.07.2016.*

---

### **Зоська Я. В., Иваць О. Н. Человек-потребитель в условиях формирования информационного общества в Украине**

*В статье рассмотрена специфика социальных практик потребления в украинском обществе, которое находится в условиях трансформации под воздействием идеологии общества потребления и одновременно тотального внедрения информационных и коммуникационных технологий.*

*С использованием вторичного анализа статистических данных и результатов социологических исследований дана характеристика потребностей, на удовлетворение которых направлено интернет-потребление, отмечены особенности практик потребления информации, знаний и информационных технологий в условиях формирования информационного общества в Украине.*

**Ключевые слова:** информация, информационные технологии, информационно-потребительское общество, знание, интернет-потребление, образование.

### **Zoska Y., Ivats O. Consumer of Information Society in Ukraine**

*The article deals with the specifics of social consumption practices in the Ukrainian society which is in transformation under the influence of the ideology of the consumer society. It is noted that the current state of Ukrainian society is characterized by a concentrated focus on the consumer and social fetishize consumerism. Based on the results of sociological research indicated that 60% of the population have a manifestation of consumerism syndrome. By konsyumerata category may include consumers who actively harakterizuyutsya intentions potrebleniya. Ukazany trends increase the value of things in the life of Ukrainians, increasing the importance of continuing the process of things change, mass consumption of material objects, fixing the consumption of symbolic species, the formation of the system of values of the consumer attitude to things, people and the society, to expand the spectrum of objects of consumption.*

*For Ukrainians consumption has become a means to perform the construction of social identity and social status. For the presentation of the status and identification and social position in society, Ukrainians began to use symbolic consumption in daily practice. At the same time, the economic crisis reduces the amount of material consumption, and the Ukrainians are increasingly using compensatory consumption behavior, use of simulation symbolic consumption and transfer intentions consumption and activity in the information sphere. The article noted that Ukrainian society is affected by the total implementation of information and communication technologies that can help meet a variety of needs, implementation intentions consumption and virtualization consumption.*

*The data, which confirm the role of ICT in the life of Ukrainians, increase consumer information and information technology, the increase in revenues from the provision of telecommunications services. Indicated on the symbiosis of the social organization of information technology and virtualization of professional activities, daily social practices of Ukrainians.*

*The attention to strengthening the role of the Internet for implementation of the consumer, has been an increase in the number of users in Ukraine over the past decade, up to 100 times. Ukrainians formed a new model of information consumption. In the article the characteristic needs to meet that target Internet consumption. It is indicated that the behavior of Internet users can be considered as a form of economic, social behavior, as well as the iconic, symbolic interaction and their form of expression.*

*It is noted that the era of electronic-communications network led to a lag of knowledge on the level of development of information technologies. The attention to the fact that the formation of the knowledge society and the rapid development of information technologies require the increasing interest in the production and consumption of knowledge regarding this sector, strengthening the role of education, continuous development of human resources, appropriate training of the population to constant changes in the information sphere and the labor market. Indicated on the urgent task of society in the formation of computer literacy of the population and the continuous upgrading of knowledge of educators and their continuing education.*

*According to the results of the study in the Transcarpathian Institute of Postgraduate Education, more than half of students and educators are keenly aware of the need to constantly update their knowledge in response to the demands of the reform of the educational sphere in the conditions of increased dependence on information technology tools.*

*Half of the teachers understand that the promotion of self-education, self-study, a constant thirst for knowledge is one of the important functions of modern education.*

*It was determined that a prerequisite to the training of educators should be a focus on learning slushetalely needs.*

*ICT progress creates a challenge to traditional education systems and update the revision of the methodology, techniques and organizational foundations of modern education. Listeners expect the transformation of functional role of teaching staff training establishments load - prefer teachers tutors or coaches-teachers.*

*In the education system, teacher training is necessary to move away from the classical approaches and approaches the problem-oriented methods of knowledge creation, decrease the distance between fundamental and applied research. The best result will be achieved in education in the combination of different teaching methods, and the students training is not yet ready to accept the remote form of training and are reluctant to complement its other forms.*

**Key words:** *information, information technology, information and consumer society, knowledge of Internet consumption, and education.*